

# COME ORGANIZZARE CONCORSI A PREMIO ONLINE

Qui trovi alcune idee su come realizzarli e  
le alternative legali.

ENTER  
TO WIN!



**Enzo Spedaliere**



Zensoft.it

Ciao sono Enzo Spedaliere, mi occupo di Social e Web.

Mi piace definirmi un Social Media Manager Napoletano, perché penso che il mio essere di questa terra mi dia quella perspicacia e quel pizzico di follia, che in questo mondo non guasta.

Sotto trovi tutti i modi per potermi contattare.



## I miei contatti



Sito: [www.zensoft.it](http://www.zensoft.it)



Email: [zensoftcs@gmail.com](mailto:zensoftcs@gmail.com)



Facebook: <https://www.facebook.com/zensoft.zensoftcs/>



Twitter: <https://twitter.com/e44o>



Google+: <https://plus.google.com/u/0/+EnzoZensoft/posts/>



LinkedIn: <https://it.linkedin.com/in/enzospedaliere>

# Ecco quello che troverai in queste pagine

[Perché organizzare un Concorso a Premio](#)

[Perché ora c'è questa Proliferazione?](#)

[E le Tasse?](#)

[Come si Organizza un Concorso a Premio](#)

[Sai cos'è il Mise?](#)

[Le fasi per poter organizzare un Concorso a Premio](#)

[Come fare per saltare la parte burocratica: Il Giveaway](#)

[Realizza un Giveaway e avrai la soluzione ai tuoi problemi](#)

[Giveaway per E-commerce](#)

[Giveaway per Community](#)

[Giveaway per Pagina/Profilo](#)

[Non ti dimenticare che anche per il Giveaway...](#)

[Oltre al Giveaway cosa posso organizzare? Un Contest](#)

[Che cos'è un Contest](#)

[Esempio di Contest](#)

[Differenze tra Giveaway e Contest](#)

[La legge cosa dice in Merito](#)

[Conclusioni](#)



*La fortuna è un po' come il coraggio: può darsi che in parte venga da sé, ma in gran parte si può farsela da soli.*

Robert Baden-Powell.

# Perché organizzare un Concorso a Premio

Quando ci si trova in un attimo di crisi, quando le idee cominciano a scarseggiare ecco che il capo/cliente ti dice “

”.

Prima dell'avvento dei social, del web, **organizzare un concorso a premio non era un'idea che veniva così facilmente**. Era un'idea che raramente era presa in considerazione, perché oltre ai soliti costi promozionali, c'erano anche quelli delle infrastrutture come biglietti, grafica ecc. e poi c'era il problema della vendita dei ticket, ed infine c'erano le tasse da pagare.

Quindi era un'idea che qui veniva pensata e all'istante buttata, perché **troppo complessa da dover gestire**.

## Perché ora c'è questa Proliferazione?

Perché tutta **la parte dell'infrastruttura è molto più semplice** da dover gestire.

Ho già le persone che potranno partecipare perché sono collegate alla mia pagina/profilo social, e se proprio voglio fare le cose in grande il costo pubblicitario su i social non raggiunge mai quello, per così dire, offline della pubblicità, come ad es. cartelloni, flyer, spot radiofonici ecc. Quindi posso anche pensare di fare un investimento in pubblicità legato al concorso.

## E le Tasse?

Le tasse si devono pagare comunque, perché **la normativa su i concorsi a premio non è cambiata**, ma potendo organizzare un concorso in maniera più semplice, il concetto di “tassa da dover versare allo stato” passa in secondo piano ecco perché molti concorsi sono aumentati.

# Come si Organizza un Concorso a Premio

Dover **organizzare un Concorso non è la cosa più semplice da fare anzi...** se ti devi occupare di tutto, e con la parola tutto intendo dire promozione, grafica e burocrazia, lascia perdere non iniziare nemmeno questa iniziativa. I passaggi da fare sono davvero tanti e **una sola persona non può seguire tutto**, anzi si può correre il rischio di commettere qualche errore.

## Sai cos'è il Mise?

Per poter organizzare il Concorso a premio devi prendere confidenza, ma più che confidenza devi diventare l'amico più stretto del Mise... non sai cos'è il Mise?

Il Mise è il **Ministero dello Sviluppo Economico** ed è lui che decide come portare avanti i Concorsi, infatti dovrà essere avvisato quando inizia un Concorso, il regolamento, i premi ecc.

Quindi deve diventare **il tuo punto di riferimento** per tutto il periodo del Concorso, questo è il suo link [Ministero dello Sviluppo Economico](#).

Quasi dimenticavo, è sempre il Mise che ti spara la **multona** nel caso in cui tu non hai rispettato tutto il lato burocratico del Concorso; tu pensi che le multe per i Concorsi non esistono?

Sappi solo questo, il governo nel 2009 ha aumentato **l'importo della multa** portandolo a **500.000€** quindi la mia domanda è: ti conviene rischiare? È vero che lo stato non sta aspettando te per poter piazzare la grande multa, ma non ti dimenticare che al mondo, ci sono persone invidiose e frustrate che non impiegano molto a dover **segnalare il tuo Concorso**, quindi multa assicurata.

## Le fasi per poter organizzare un Concorso a Premio

Le **fasi per poter organizzare** un concorso sono articolate e un bel complesso.

Questo è un elenco di tutto quello che c'è da fare:

- Chi sono i soggetti promotori.
- Creare il regolamento del concorso (validato da atto notarile).
- Comunicare al Mise il concorso.
- Versamento della cauzione relativa alla copertura dell'intero montepremi.
- Durata del concorso (in termini di tempo, scadenze ecc).

Tutto questo è solo quello che riguarda la parte amministrativa poi devi aggiungere l'assegnazione dei premi, decidere dove andranno a finire i premi non ritirati ecc. Ti lascio dei link che ti potranno essere molto utili per poter far partire il tuo Concorso a premio.

A questo [link](#) trovi la pagina del Mise che riguarda tutta la parte dei concorsi, dove spiega a chi rivolgersi, come pagare ecc.

In quest'altro [link](#) trovi la pagina del Mise che ti fornisce tutta la documentazione necessaria per poter far partire un Concorso a premio.

Per quanto riguarda la situazione tasse, che non ho menzionato nei punti precedenti, ovviamente **le devi pagare** e sono uguali a quelle che pagherebbe la Rai per una sua trasmissione televisiva a premi.

Tutto questo discorso cade a priori quando tu non hai una P.IVA, senza questa cancella la parola Concorso dal tuo vocabolario.

# Come fare per saltare la parte burocratica: Il Giveaway

In effetti leggendo tutte queste normative ti viene da pensare “Ma chi me lo fa fare?” però **c'è un alternativa del tutto legale**, anche se non potrai mettere in palio la Ferrari, al massimo solo il portachiavi!

## Realizza un Giveaway e avrai la soluzione ai tuoi problemi

**Il giveaway è la soluzione ai Concorsi a Premio**, comincio a descrivere che cos'è un giveaway.

La parola giveaway letteralmente significa “dare via” cioè regalare, la tua domanda è “Perché se organizzo un Concorso non regalo l'oggetto in palio?”.

È vero che lo regali, ma il valore dell'oggetto conta molto come il meccanismo della “vincita”, infatti il premio non può essere assegnato per estrazione, ma **deve essere un premio “sicuro”**, adesso spiego meglio.

Il giveaway deve essere fatto per i tuoi follower/utenti/clienti/fan ecc. Quindi deve far parte di una “community” il valore del premio finale si deve aggirare **intorno ai 10€**, perché non deve essere un vero e proprio premio, ma un gadget rappresentativo della tua realtà, ad es. può essere un porta chiavi, una maglietta che rappresenta la community/pagina ecc. Prendi ispirazione da i gadget che vengono regalati con i prodotti, oppure per strada, alle ferie, quelli sono i premi che puoi assegnare, nulla di più.

Ma non finisce qui. L'assegnazione del premio **non deve avvenire per estrazione** ma per tempo oppure esaurimento scorte; ti dico questo perché un estrazione può essere sempre ricondotta ad un gioco d'azzardo anche se il montepremi è di valore esiguo.

Altri tipi di premi che potresti mettere in palio sono buoni sconto su prodotti/servizi oppure cose create da te, o che tu hai in casa, quindi di semplice valore affettivo.

Aprirei una parentesi sul premio “creato da te” perché se tu sei un fotografo e scatti una foto e la regali è un conto, ma se regali un intero servizio fotografico è un altro, questo potrebbe cadere nel Concorso, e poi immaginati regalare una decina di servizi fotografici!?! Secondo me ci andresti a perdere sicuramente.

Per non lasciarti così, solo con parole, adesso ti faccio alcuni esempi pratici di come poter organizzare un giveaway.

## Giveaway per E-commerce

**Obiettivo:** Aumentare le vendite.

Hai una pagina/account/profilo già affermato con un buon numero di clienti.

Fai un Adv stretta al tuo pubblico e metti in palio uno sconto del 10/20% su un prodotto del tuo magazzino che regalerai ai primi che mettono il like al post.

**Risultato:** Vendi un prodotto che normalmente non riesci a vendere; fidelizzi i clienti a leggere i tuoi post e stare attenti alla pagina.

## Giveaway per Community

**Obiettivo del giveaway:** Far conoscere ad altri utenti la community.

Hai una community/gruppo con un discreto numero di partecipanti.

Fai un Adv stretta al tuo pubblico e metti in palio un articolo con il logo/nome/colore della tua community e lo regali a tutti quelli che in un di tempo condividono la community.

**Risultato:** Il nome del tuo gruppo si diffonde tra i collegamenti dei tuoi utenti, così da poter prendere altre adesioni alla tua realtà.



## Giveaway per Pagina/Profilo

**Obiettivo:** Aumentare il numero di utenti

Hai una pagina/profilo con pochi utenti.

Fai un Adv aperta a tutto il tuo probabile bacino di utenza, escludendo chi è già in collegamento con te; chiedi il like alla pagina e la condivisione del post per poter avere in regalo il premio, che in questo caso sta a te scegliere se un buono sconto servizio/prodotto oppure un prodotto con il logo/nome della tua realtà; ovviamente dovrai sempre limitarlo nel tempo e non nel numero di premi disponibili.

**Risultato:** Il tuo account/pagina aumenterà like vertiginosamente e prenderà molte adesioni anche facendo un investimento di pochi soldi in Adv, perché farai scattare un sistema a “cascata” dei like.

## Non ti dimenticare che anche per il Giveaway...

Non dimenticare assolutamente che **anche per il giveaway c'è un regolamento**, non devi scriverlo per presentarlo al Mise, ma ai tuoi utenti...che sono peggio del Mise.

La mancanza del regolamento potrebbe insospettire qualcuno e se comincia a girare la voce di brogli, inesattezze o altro, la vedo dura a riprendere la giusta credibilità.

Quindi ti dico scrivi un regolamento, anche in maniera molto semplice e cerca di essere preciso nella gestione del tuo giveaway, sta molto attento, specialmente per i giveaway organizzati sulla base del tempo.

Ad es. Se stabilisci due ore di tempo per poter ricevere il like alla pagina, devi stare attento a pubblicare l'avviso che il tempo per il giveaway è scaduto.

Inoltre dovrai avvisare eventuali altri utenti nelle ore successive al giveaway che il like dato alla pagina, o un'altra azione che hai chiesto di

compiere per poter partecipare, non sarà utile per poter avere il premio e se vogliono lo possono anche rimuovere.

In sostanza **devi essere onesto in tutto e per tutto, perché solo la trasparenza ti porterà ad ottenere la fiducia dei tuoi utenti.**



# Oltre al Giveaway cosa posso organizzare? Un Contest

Se pensi che il giveaway non sia utile alla tua causa allora pensa di dover realizzare un **contest**.

## Che cos'è un Contest

**Il contest è una gara, una gara con un premio finale.**

Non è nessuna gara sportiva, ma la modalità di partecipazione deve essere legata alla produzione di opere letterarie, artistiche o scientifiche.

La partecipazione ad un contest non è semplice, quindi non è una cosa che può fare chiunque, perché non tutti sono in grado di poter produrre un contenuto di qualità. Quindi come scelta strategica **si tende a premiare il “migliore” tra i tuoi utenti.**

Su come premiare il migliore non è menzionato, ma essendo una gara, sicuramente non si può fare tramite un'estrazione, ma si può pensare di far **scegliere l'opera più meritevole ad una giuria, oppure in maniera “democratica”** con like, condivisioni ecc.

In termini pratici, e sbrigativi, diciamo che la scelta “democratica” è la migliore, ma in termini qualitativi la scelta della giuria è più appropriata.

La scelta della giuria per decretare il vincitore è più idonea perché i like, cuoricini, condivisioni, commenti ecc. **Possano essere contraffatti**, quindi invalidano il contest, facendo vincere il meno meritevole.

Inoltre questo tipo di interazione non hanno un counter scientifico, preciso, qualche utente potrebbe sollevare un contraddittorio che vanificherebbe lo sforzo nel realizzare il contest.

Per quanto riguarda i premi da mettere in palio, come per il giveaway, non devono essere di grande valore, e possibilmente legati alla community a cui è rivolto il contest. **Per poter vincere il contest non chiedere cose che vanno oltre le capacità di una persona**, in termini anche di tempo, perché il

premio dovrà essere sempre proporzionale al tipo di lavoro richiesto, altrimenti corri il rischio di una scarsa e magra partecipazione.

Se organizzi un contest fotografico, rivolto a fotografi provetti, potrai dare in palio alla foto più bella un mini cavalletto per macchina fotografica, oppure un buono sviluppo foto; anche in questo caso tra i premi è possibile dare buoni sconto su prodotti e/o servizi.

Non devi dimenticare di dover scrivere il regolamento in maniera dettagliata, perché deve sempre trasparire la serietà dell'iniziativa che andrà a ricadere in automatico sulla serietà aziendale.

## Esempio di Contest

**Obiettivo:** Fidelizzare il cliente.

Hai una pagina/account/profilo già affermato con un buon numero di clienti; la tua realtà si occupa di pentole.

**Per partecipare:** Per prendere parte al contest l'utente dovrà inviare una foto di una pentola che cuoce una pietanza, la migliore foto, quella più significativa vincerà lo sconto del 20% sull'acquisto di una pentola dal nostro magazzino. A decretare la vittoria dei premi sarà il nostro ufficio di grafica composto da Pinco Pallino, Mario Rossi ecc.

**Risultato:** Vendi prodotti; fidelizzi i clienti a leggere i tuoi post e comprendi quali sono le pentole più utilizzate; magari, in futuro, potresti pensare di fare una campagna promozionale su quel modello di pentola.

Altri esempi sarebbero inutili perché a differenza del giveaway questo tipo di concorso è molto particolare e deve essere contestualizzato a secondo dell'azienda, cosa proporre e cosa si vuole ottenere.

## Differenze tra Giveaway e Contest

Ti ho mostrato le due soluzioni che puoi utilizzare per le tue realtà web, adesso le metto a paragone così **potrai scegliere ancora meglio quale utilizzare.**

	Giveaway	Contest
<b>Tempi di Gioco</b>	Tempi brevi	Tempi Lunghi
<b>Modalità di Assegnazione del Premio</b>	Il/I premio/i sarà assegnato in base al numero dei gadget oppure al tempo di gioco.	Il/I premio/i sarà assegnato in base ad una giuria oppure per votazione.
<b>Tipi di Premi</b>	Per lo più gadget aziendali, oggetti di poco valore, buoni sconto.	Il valore del premio deve essere in base alla produzione richiesta per partecipare.
<b>Engagment</b>	Si	Si
<b>Diffusione del concorso</b>	Si	Si

In questa tabella comparativa ho cercato di riassumere le cose più rilevanti, ovviamente è solo un riassunto di quello che ho detto finora, tante altre indicazioni le trovi nelle pagine precedenti.

## La legge cosa dice in Merito

Non ti ho voluto annoiare con decreti, norme, circolari ecc. Innanzitutto perché le ritengo una **materia molto ostica da dover comprendere**, e poi perché non sono un legale, quindi tutto questo che ti ho scritto finora è frutto di letture e spiegazioni rilasciate da professionisti del settore, ed la mia esperienza.

Mi rendo conto che è bene conoscere di quale legge si stia parlando e in particolare a quale articolo si fa riferimento.

La legge di cui sto parlando è la **D.P.R. 430/2001 - Regolamento concorsi ed operazioni a premio** (DECRETO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA 26 ottobre 2001, n. 430, Gazzetta Ufficiale 13 Dicembre n.289).

In particolare quello che interessa te è l'art. 2, che dice così:

### *Art. 2 - Concorsi a premio*

1. Sono considerati concorsi a premio le manifestazioni pubblicitarie in cui l'attribuzione dei premi offerti, ad uno o più partecipanti ovvero a terzi, anche senza alcuna condizione di acquisto o vendita di prodotti o servizi, dipende:



a) dalla sorte, sia che l'estrazione dei vincitori sia organizzata appositamente, sia che si faccia riferimento ad altra estrazione o ad altra designazione che dipende comunque dalla sorte;

b) da qualsiasi congegno, macchina od altro, le cui caratteristiche consentano di affidare unicamente all'alea la designazione del vincitore o dei vincitori dei premi promessi;

c) dall'abilità o dalla capacità dei concorrenti chiamati ad

esprimere giudizi o pronostici relativi a determinate manifestazioni sportive, letterarie, culturali in genere o a rispondere a quesiti o ad eseguire lavori la cui valutazione e' riservata a terze persone o a speciali commissioni;

d) dall'abilità o dalla capacità dei concorrenti di adempiere per primi alle condizioni stabilite dal regolamento, purchè le modalità dell'assegnazione dei premi siano oggettivamente riscontrabili e i concorrenti che non risultino vincitori possano partecipare all'assegnazione di ulteriori premi.

Questi sono tutti i punti che sono utili per **poter definire una determinata attività legata al gioco Concorso.**

Mentre art. 6 ci sono le norme che regolano ciò che **non può definirsi Concorso a Premio:**

#### *Art. 6 - Esclusioni*

1. Non si considerano concorsi e operazioni a premio:



a) i concorsi indetti per la produzione di opere letterarie, artistiche o scientifiche, nonché per la presentazione di progetti o studi in ambito commerciale o industriale, nei quali il conferimento del premio all'autore dell'opera prescelta ha carattere di corrispettivo di prestazione d'opera o rappresenta il riconoscimento del merito personale o un titolo d'incoraggiamento nell'interesse della collettività;

b) le manifestazioni nelle quali è prevista l'assegnazione di premi da parte di emittenti radiotelevisive a spettatori presenti esclusivamente nei luoghi ove si svolgono le manifestazioni stesse, sempreché l'iniziativa non sia svolta per promuovere prodotti o servizi di altre imprese ; per le emittenti radiofoniche si considerano presenti alle manifestazioni anche gli ascoltatori che

intervengono alle stesse attraverso collegamento radiofonico, ovvero qualsivoglia altro collegamento a distanza;

c) le operazioni a premio con offerta di premi o regali costituiti da sconti sul prezzo dei prodotti e dei servizi dello stesso genere di quelli acquistati o da sconti su un prodotto o servizio di genere diverso rispetto a quello acquistato, a condizione che gli sconti non siano offerti al fine di promuovere quest'ultimo, o da quantità aggiuntive di prodotti dello stesso genere;

((c-bis) le manifestazioni nelle quali, a fronte di una determinata spesa, con o senza soglia d'ingresso, i premi sono costituiti da buoni da utilizzare su una spesa successiva nel medesimo punto vendita che ha emesso detti buoni o in un altro punto vendita facente parte della stessa insegna o ditta));

d) le manifestazioni nelle quali i premi sono costituiti da oggetti di minimo valore, sempreché la corresponsione di essi non dipenda in alcun modo dalla natura o dall'entità delle vendite alle quali le offerte stesse sono collegate;

e) le manifestazioni nelle quali i premi sono destinati a favore di enti od istituzioni di carattere pubblico o che abbiano finalità eminentemente sociali o benefiche.

Rispettando questi punti potrai organizzare il tuo Concorso a Premio, senza incorrere in sanzioni di nessun tipo.

Se vuoi leggere l'intero testo della legge [clicca qui](#).



## Conclusioni

Sei giunto alla fine della storia, spero di essere stato chiaro, è **un argomento spigoloso, quindi devi stare attento a non farti del male.**

Per concludere, alla base di tutto c'è il **valore del premio finale**, quindi non assegnare premi stellari, così facendo non otterrai i risultati che desideri in termini di utenti profilati, perché?

Perché se metti in palio una Ferrari anche se vendi buste per la spesa, e a me non interessa, partecipo comunque al Concorso per poterla vincere.

Il secondo risvolto negativo che potresti avere è la bussata di porta da parte del fisco che vorrà essere pagato, perché chi mette in palio una Ferrari può anche versare le dovute tasse, mi sembra logico.

Il grosso è fatto? Uhm...No, non credo proprio.

**Adesso hai tutti i mezzi e le conoscenze adatte** per poter proporre questo tipo di campagna promozionale per la tua presenza sul web, ma come farlo, in che termini, spetta a te...

In Bocca a Lupo

**... se ti serve un aiuto io sono a tua disposizione.**

Buon Concorso.



*"La fortuna non è eterna" - "Ma la Furbizia Si."*  
Solo due Ore.